

# Benutzer identifizieren

Sobald der grobe Scope steht, taucht die nächste Frage auf: Für wen entwickeln wir das genau?

Wer sind bspw. die Nutzer:innen der Mensa-App: Schüler:innen? Lehrpersonen? Mensapersonal?

Um ein Produkt wirklich auf die Zielgruppe zuzuschneiden, muss man diese Zielgruppe verstehen. Genau dafür nutzt man Personas und Proto Personas – fiktive, aber realistische Darstellungen von echten oder potenziellen Nutzer:innen.

---

## 1. Proto Persona

□ <https://www.youtube.com/watch?v=netdG4sGYIA>

Hier kommt die Proto Persona ins Spiel. Ein erstes, schnelles Werkzeug, um eine Vorstellung der Zielgruppe zu schaffen, bevor wir aufwändig recherchiert haben, oft direkt zu Projektbeginn.

Drei Merkmale:

- Basiert auf Annahmen: Hypothesen und erstem Team-Wissen, nicht auf Daten
- Schlank gehalten: Nur grobe Demografie, Ziele und mögliche Pain Points, keine Details
- Stützt sich auf das, was das Team zu wissen glaubt, nicht auf echte Nutzerforschung

---

## 2. Persona

□

[https://www.youtube.com/watch?v=rv9yfrV-EAs&list=PLJOFJ3Ok\\_ids-oEPCltCVtmdDOXiyytppq&index=3](https://www.youtube.com/watch?v=rv9yfrV-EAs&list=PLJOFJ3Ok_ids-oEPCltCVtmdDOXiyytppq&index=3)

Eine Persona ist eine fiktive, aber forschungsbasierte Figur, die eine ganze Nutzer- oder Kundengruppe repräsentiert. Sie basiert auf echten Daten und hilft euch, Verhalten, Bedürfnisse und Ziele der Nutzer:innen zu verstehen.

Drei Merkmale:

- Forschungsbasiert: Entsteht aus Interviews, Umfragen, Analytics und anderen Research-Methoden
- Detailliert: Enthält Demografie, Motivationen, Ziele, Pain Points, teils auch Interessen und Einstellungen
- Leitfaden für Design & Marketing: Hilft sicherzustellen, dass Produkt oder Kampagne wirklich zu den Bedürfnissen der Zielgruppe passt

### 3. Wann nutzt man was?

□□ Proto Persona: wenn noch kein Research vorliegt. Als Startpunkt für Team-Diskussionen □□  
Persona: Sobald genug Daten vorhanden sind, um sie über den ganzen Entwicklungsprozess hinweg  
als verlässliche Referenz zu nutzen

---

| ASPECT          | PERSONA                                                               | PROTO-PERSONA                                          |
|-----------------|-----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------|
| Data Source     | Based on thorough research (user interviews, surveys, analytics)      | Based on assumptions and limited team insights         |
| Level of Detail | High detail, including demographics, psychographics, and user stories | High-level, broad, and simplified (fewer details)      |
| Usage Stage     | Typically used after extensive research, refined over time            | Created early in the process, used as a starting point |
| Accuracy        | Grounded in real data, more accurate and specific                     | Hypothetical, not yet validated                        |
| Purpose         | To guide product development, marketing, and UX design                | To inform initial ideation and align the team's vision |

### 3.2 Wichtige Faustregeln

- Eine Proto Persona bleibt flexibel. Sie darf und soll angepasst werden, sobald neue Erkenntnisse dazukommen
- Weniger ist mehr: Proto Personas brauchen nur die Basics, keine Detailtiefe
- Eine Persona hingegen ist nie „fertig“, auch sie wird laufend validiert und weiterentwickelt, wenn neue Daten reinkommen

☐☐ Auch hier zeigt sich wieder das Grundprinzip von vorhin: Nichts ist in Stein gemeisselt. Genau wie beim Scoping und bei den Maps gilt: erst ein grober Entwurf, dann laufende Anpassung anhand dessen, was ihr über eure Nutzer:innen lernt.

---

Quelle:

<https://medium.com/@tahnybelguith/understanding-personas-and-proto-personas-f66cbe6bf535>

From:

<https://wiki.bzz.ch/> - **BZZ - Modulwiki**

Permanent link:

<https://wiki.bzz.ch/de/modul/m322/learningunits/lu02/theorie/02?rev=1787643840>

Last update: **2026/08/25 09:44**

